

---

**Tekijä** Pauliina Nykänen

---

**Työn nimi** Graafikkona pienlehdessä

---

**Laitos** Median laitos

---

**Koulutusohjelma** Graafisen suunnittelun koulutusohjelma

---

**Vuosi** 2014

**Sivumäärä** 40

**Kieli** Suomi

---

### **Tiivistelmä**

Millaista on graafikon työ pienlehdessä? Opinnäytteessäni tutkin millaisia pienlehdet ovat, tarkoitukseni ymmärtää tämän valtavirrasta poikkeavan julkaisujen joukon erityispiirteitä pienlehdessä työskentelevän graafisen suunnittelijan näkökulmasta.

Pienlehdet muodostavat suuren ja vähän tutkitun joukon julkaisujen kentällä. Pienlehdellä tarkoitan voittoa tavoittelematonta tai tekemätöntä aikakauslehteä, jota tehdään pienellä budjetilla ja osa-aikaisesti muiden töiden rinnalla. Näistä johtuen pienlehden tekeminen on erilaista kuin valtavirtalehtien, joiden toiminnan perustana ovat hyvin erilaiset rahalliset ja ajalliset resurssit. Pieni budjetti ja toimituksen voimavarat rajoittavat tekemistä ehkä toimintaa, mutta toisaalta pienlehdessä tekeminen ei ole ylhäältä päin kontrolloitua eikä pienlehti ole samalla tavalla julkaisijan liiketoiminnan tuote kuin yleisölehdet ovat, mikä tekee pienlehdistä eri tavalla vapaan median suhteessa yleisölehtiin.

Lisäksi pienlehdet eroavat kaupallisista aikakauslehdistä eli yleisölehdistä siinä, että pienlehtiä konseptoidaan lyhyemmin lyhyemmin. Pienlehdissä toimintatapoja, tavoitteita ja lehden sisällön linjauksia ei ole määritelty erityisen tarkasti. Graafikon näkökulmasta lehden sisällön löyhä konsepti tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kokonaisuutta on vaikea suunnitella etukäteen, vaan se hahmottuu vasta taittovaiheessa, jolloin esimerkiksi joustava sivupohja ja valmiudet tehdä editointia helpottavat työtä.

---

**Avainsanat** pienlehti, julkaisusuunnittelu, vaihtoehtomedia, editointi

---

# Graafikkona pienlehdessä

Pauliina Nykänen

Kandidaatin opinnäytetyö



## Sisältö

1.	Johdanto	4
2.	Pienlehdet mediakentällä	8
2.1	Pienlehden tunnusmerkkejä	9
2.2	Pienlehdet vaihtoehtojulkaisuna	12
2.3	Pienlehtien suhde kaupallisuuteen	14
3.	Graafikkona pienlehdessä	16
3.1	Kulttuurivihkot	17
3.2	Kuka editoi?	26
3.3	Amatööri-ammattilainen-asetelma	28
4.	Loppupäätelmät	32
4.1	Yhteenveto	33
4.2	Arviointia	35
	Lähteet	37



Graafikkona pienlehdessä  
Pauliina Nykänen  
Kandidaatin opinnäytetyö  
Aalto-Yliopisto  
Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu  
Graafinen suunnittelu  
2014

# 1. Johdanto

Millaista on graafikon työ pienlehdessä? Opinnäytteessäni tutkin millaisia pienlehdet ovat, tarkoitukseni ymmärtää tämän valtavirrasta poikkeavan julkaisujen joukon erityispiirteitä pienlehdessä työskentelevän graafisen suunnittelijan näkökulmasta. Pienlehdellä tarkoitan voittoa tavoittelematonta tai tekemätöntä aikakauslehteä, jota tehdään pienellä budjetilla ja osa-aikaisesti muiden töiden rinnalla.

Minua kiinnostavat kaikenlaiset epäkaupalliset ja marginaaliset julkaisut, kuten pienlehdet, zinet, pamfletit ynnä muut, jotka jäävät usein suurten kustannusyhtiöiden varjoon. Pienmediassa minua kiinnostaa erityisesti sen potentiaali sekä viestiä hyvin pienelle ja rajatulle yleisölle että tuoda esille erilaisia, totuttujen eli valtavirtamediassa paljon esitettyjen näkökulmien ja aiheiden rinnalle vaihtoehtoisia näkemyksiä ja ääniä.

Toimin Kulttuurivihkot-nimisen pienlehdenlehden graafikkona puolentoista vuoden ajan vuosina 2011–2013 yhdessä Tuuli Häggmanin kanssa. Teimme lehdelle aluksi ulkoasun uudistuksen, jonka mukaan taitoimme lehteä. Kulttuurivihkot on pienilevikkinen vasemmistolainen kulttuuria ja ruohonjuuritason aktivismia ja kulttuuritekijöitä käsittelevä lehti. Taittotyö oli melko haastavaa ja tietynlaiset sisällön ja ulkoasun yhteensovittamisen ongelmat tuntuivat toistuvan usein. Osittain tämä selittyi sillä, että Kulttuurivihkot on ensimmäinen julkaisu jonka ulkoasun olen suunnitellut eikä minulla ollut lehdessä aloittaessani paljoa kokemusta taittotyöstä. Väitän, että tämän lisäksi pienlehden tekemisessä on osittain erilaiset haasteet kuin ammattitoimituksen tekemisessä kaupallisissa aikakauslehdissä, mitä en silloin ottanut heti huomioon. Mielestäni esimerkiksi suurin osa julkaisusuunnittelua käsittelevistä teksteistä on kirjoitettu enemmän tai vähemmän kaupallisten lehtien näkökulmasta.

Tässä tutkielmassa kartoitan Kulttuurivihkoilla saamani kokemuksen avulla, millaisia asioita pienlehteä suunniteltaessa olisi hyvä ottaa huomioon. Käytän Kulttuuri-

vihkojen ulkoasua ja lehden yksittäisten juttujen taittamista tapausesimerkkeinäni tässä tutkielmassa. Keskityn tarkastelemaan erityisesti graafikon roolia toimituksen osana eli sitä, miten muiden toimituksen työprosessit ja lehden ajalliset ja rahalliset resurssit – jotka usein ovat hyvin pienet – vaikuttavat lehden valmistumiseen ja kokoamiseen.

Kuten totesin, pienlehden ulkoasusuunnittelusta on kirjoitettu hyvin vähän ja useimmiten pienlehdistöä käsitelläänkin julkaisusuunnittelun teksteissä muutamana kappaleena verran (kuten Rantanen 2007, 30). Myös mediatutkimuksessa pienlehdistö huomattavasti harvinaisempi tutkimuskohde kuin erilaiset massamedian muodot (Couldron & Curran 2003, 4). Tutkielmassani selvitänkin ensin, millaisia pienlehdet ovat. Tutkin niiden sijoittumista julkaisujen kentälle, ja avaan pienlehdistöön usein liitettäviä piirteitä, kuten epäkaupallisuutta ja poliittisuutta. Koska pienlehdet ovat vähän tutkittu aihe graafisen suunnittelun alueella, mielestäni on välttämätöntä ensin tutkia näiden julkaisujen kontekstia ja toimintatapoja ennen ulkoasun suunnitteluun ja taittotyön yksityiskohtiin syventymistä. Näkemykseni on, että kontekstia kunnolla tuntematta suunnittelutyö on ongelmallista ja hankalaa.

Lähdeaineistoni oleellisin osan muodostavat erilaiset viestinnän ja mediatutkimuksen kirjat, joiden lisäksi luin graafisen suunnittelun tekstejä. Graafisen suunnittelun alalta päälähteeni on Hannu Pulkkinen *Uutisten arkkitehtuuri* (2008), jossa hän analysoi yksityiskohtaisesti sanomalehden ulkoasun rakenteita ja sitä miten ne ovat yhteydessä sisältöön. Mediatutkimuksen puolelta tärkein lähteeni on Päivi Hota-kan väitöskirja *Ponikavereita ja muita sisäpiirin juttuja* (2008), jossa hän tutkii suomalaisia pienlehtiä ja niiden tekemistä yhteisöllisyyden näkökulmasta. Ammattimaisen aikakauslehtitoimituksen työtapoihin tutustuin Maija Töyryn (ym.) oppikirjan *Editointi aikakauslehdessä* (2008) avulla. Lisäksi pienlehdistön olemuksen määrittelyssä Nick Couldronin ja

James Curranin artikkeli *The Paradox of Media Power* kirjassa *Contesting Media Power* <sup>(2003)</sup> oli hyödyllinen.

Tutkielmani jakautuu kahteen päälukuun: *Pienlehdet mediakentällä* ja *Graafikkona pienlehdessä*. Näistä ensimmäisessä tutkin pienlehdistöä määrittäviä ja niille yleisiä piirteitä sekä pienlehtien sijoittumista julkaisujen kentälle. Jälkimmäisessä syvennyn tutkimaan graafisen suunnittelijan työtä ja roolia pienlehdessä. Tässä luvussa lähestyn aihetta sekä omien kokemusteni kautta Kulttuurivihkojen graafikkona, että ammatitoimituksen työtapojen teoriaa pohtien.

Koska tutkielmani on luonteeltaan pohdiskeleva ja tarkoitukseni luoda käsitys pienlehtigraafikon työnkuvasta sekä nostaa esille pienlehtigraafikon rooliin liittyviä keskeisiä ongelmia ja kysymyksiä, en käsittele tutkielmassani varsinaisesti ulkoasun suunnittelua yksityiskohtaisesti.



## 2. Pienlehdet mediakentällä

Pienlehdet ovat huomattavan suuri, mutta vähemmän tutkittu joukko valtavirtamedian rinnalla. Tässä luvussa keskitynkin avaamaan sitä, mikä pienlehdellä on yhteistä ja määrittävää. Avaan eri näkökulmia, joissa pienlehtiä toisaalta määrittää pienlehtiä määrittävät niiden resurssit ja toimintatavat, kuten valtavirtamediasta poikkeava konseptointi, toisaalta avoin poliittisuus ja vaihtoehtoisuus. Kartoitan pienlehtien sijoittumista muiden julkaisujen kentälle, suhteessa esimerkiksi kaupallisiin aikakauslehtiin eli yleisölehtiin.

## 2.1 Pienlehden tunnusmerkkejä

*Pienlehti* on yläkäsitem, jolla viitataan pienillä resursseilla tehtäviin kulttuuri-, mielipide- ja tiedejulkaisuihin. Usein pienlehdiksi luetaan myös erilaiset yhdistysten jäsenlehdet ja muut harraste- tai ammattilehdet. Mielestäni pienlehteä määrittää kuitenkin enemmän toiminnan pienuus ja vaatimattomat puitteet kuin mikään tietty lajityyppi eli *genre*<sup>1</sup>.

Pienlehtien joukko ei ole tarkkarajainen, joten sitä ei voi määritellä yksiselitteisesti. Erilaisissa tätä marginaalista mediaa käsittelevissä kirjoituksissa (Hotakka 2005, 2; Rantanen 2007,

<sup>30)</sup> toistuvat kuitenkin seuraavat neljä tunnusomaista piirrettä:

- (1) Pienlehdet ovat osittain tai kokonaan amatöörien tekemiä ja lehtiä tehdään muiden töiden ohella.
- (2) Pienlehtiä tehdään pienellä budjetilla, eivätkä ne yleensä tavoittele taloudellista voittoa.
- (3) Pienlehdessä tekeminen ei ole ylhäältä päin kontrolloitua.
- (4) Sisällöltään pienlehdet paikkaavat jotakin valtavirtamediassa olevaa aukkoa.

Nämä piirteet eivät ole määritelmällisiä ja ovat osittain toisistaan riippuvaisia tai toisilleen alisteisia, mutta tässä tutkielmassa ne riittävät kuvaamaan pienlehdistöä. Minulle oleellisimpia ovat listan ensimmäinen ja kolmas kohta eli amatöörimäisen toimituksen ja ylhäältä päin – esimerkiksi julkaisijan tavoitteiden tai mainostajien toiveiden muodossa – tulevan kontrolloinnin vähyys.

Yllä olevien neljän piirteen lisäksi ja osittain niistä johtuen, mielestäni on pienlehdille hyvin tunnusomaista

1 Termi *genre* kuvaa piirrettä, joka yhdistää joukkoa lehtiä (Töyry ym. 2008, 27). Omat genrensä muodostavat esimerkiksi matkailulehdet, käsityölehdet ja tiedejulkaisut. Käsityölehti kuuluu laajempaan harrastelehtien genreen, ja voi toisaalta sisältää esimerkiksi virkkauslehtien alagenren.

valtamedian lehtiä vähäisempi *konseptointi*. Konseptilla<sup>2</sup> tarkoitetaan yleensä sääntöjä ja ohjeita lehden ulkoasusta ja sisällöstä, jotka ohjailevat jokaisen numeron suunnittelua ja tekemistä. Esimerkiksi *juttutyypit* (mm. reportaasi, kommentti, arvostelu) ovat selkeä osa konseptia, ja niitä varten on mietitty millaisia aiheita niissä käsitellään, missä kohtaa lehteä kukin sijaitsee, minkälaista kuvamateriaalia niissä käytetään, kuinka pitkiä tekstien tulisi olla ja miten eri jutut taitetaan. Kulttuurivihkoilla työskennellessäni huomasin, että vaikka toimituksessa puhutaan juttutyypeistä, ei ole määritetty tarkasti mitä niillä tarkoitetaan juuri Kulttuurivihkoissa, vaan *kainalojuttu* saattaa tarkoittaa jokaiselle eri asiaa, esimerkiksi eri pituista tekstiä. Yhdessä suunniteltu ja päätetty lehden konsepti toimii siis esimerkiksi välineenä numeroiden suunnittelulle.

Sisällön esitystavan lisäksi termi konsepti käsittää lehden muutkin rakenteet, kuten esimerkiksi Maija Töyry (ym.) esittää kirjassa *Editointi aikakauslehdessä*. Hänen mukaansa konsepti sisältää myös lehden tavoitteet, arvot ja resurssit sekä toimituksen työnjaon ja erilaiset työtavat (Töyry ym. 2008, 26). Määritelmä on mielestäni hyvä, koska se sisältää muotoilullisten päätösten – määrien, muotojen, pituuksien ja kokojen – lisäksi ne asiat, jotka vaikuttavat näiden muotovalintojen taustalla. Lisäksi perustana olevat arvot ja resurssit sekä päivittäisen työn tekniikat ovat mielestäni asioita, jotka selkeimmin erottavat pienlehtiä ja kaupallisia aikakauslehtiä. Esimerkiksi Kulttuurivihkojen rakenne – tähän palaan tarkemmin kolmannessa luvussa – noudattelee jokseenkin kaupallisten aikakauslehtien totuttua kaavaa, mutta sekä taloudellinen tilanne että päivittäinen työ – joka ei Kulttuurivihkoissa edes ole päivittäistä – eroaa valtamedian lehdistä paljon.

2 Sana konsepti (engl. concept) viittaa aikeeseen, suunnitelmaan luonnokseen ja toimintamalliin (Sivistyssanakirja, internetlähde)

I taso: Perusta

Taloudelliset ja ideologiset tavoitteet  
Arvot  
Journalistinen kulttuuri

II taso: Arkkitehtuuri

Lukijan puhuttelun tavat, aihepiirit ja  
näkökulmat  
Sivukartta, juttutyypit ja visuaaliset ratkaisut  
Työnjako ja työprosessin vaiheet

III taso: Päivittäinen työ

Työprosessi, jossa tuotetaan tavoitteiden  
mukainen juttukokonaisuus  
Juttukohtaisen toteutuksen valinnat ja  
yksityiskohdat

Töyryn laajasta konseptin määritelmästä seuraa, että jokaisella julkaisulla on kuitenkin jonkinlainen konsepti riippumatta siitä kuinka paljon sitä on tietoisesti suunniteltu: toimituksella on jokin syy aloittaa julkaiseminen, näkökulma ja tapa tehdä lehteä, se sisältää jonkinlaisia juttuja ja valmis lehti näyttää joltakin. Jos toimitus ei ole yhdessä määritellyt yllä kuvattuja asioita tarkasti, kutsun lehteä *löyhästi konseptoiduksi*.

*Yleisölehdet* eli kaupalliset aikakauslehdet ovat hyvin tietoisia konseptonnista, koska ”[k]iristyneessä kilpailulanteessa lehdet ovat entistä tarkempia oman erityisyytensä määrittämisessä ja vaalimisessa” (Töyry ym. 2008, 16). Konseptointi toimii välineenä, kun lehti määrittelee miten se eroaa muista saman genren lehdistä, eli mihin markkinarakoon lehti pyrkii sijoittumaan. Yleisölehtien markkinoilla yhden genren sisällä lukijoista kilpaileekin yleensä useita lehtiä, jolloin julkaisija joutuu lukijoita havigellessaan todella panostamaan muista saman lajityypin lehdistä erottumiseen.

Pienlehtien suhde kilpailuun on hieman erilainen kuin valtamedian lehdillä koska usein ne sisältöjensä takia eivät kilpaile aivan samoissa genreissä kuin suuret yleisölehdet, vaan pienlehtiä syntyy kattamaan juuri niitä alueita, jotka jäävät jollakin tavalla valtamedian käsittelyn ulkopuolelle. Tästä yhdestä pienlehdille yleisestä piirteestä – jotka listasin luvun alussa – johtuen ne luetaan usein jollakin tavalla valtavirtamedian julkaisuille vastakkaisiksi tai vaihtoehtoiksi, mitä avaan seuraavassa kappaleessa.

## 2.2 Pienlehdet vaihtoehtojulkaisuin

Yksi hyvin yleinen näkökulma on, että pienlehdet ovat *poliittisempia* tai *radikaalimpia* kuin valtavirtavirtamedian julkaisut ja ne liitetään usein osaksi *vaihtoehtoista* mediaa. Mitä sillä varsinaisesti tarkoitetaan?

Poliittisen ulottuvuutensa takia pienlehdistä puhutaan joskus – erityisesti englanninkielisissä teksteissä – myös termeillä *vaihtoehtomedia* (alternative media), *radikaali media* (radical media) tai *kansalaismedia* (citizens media). Artikkeleissa *The Paradox of Media Power* Nick Couldronin ja James Curranin mukaan sanat radikaali ja kansalaismedia korostavat tämän median roolia vakiintuneiden valta-asetelmien kyseenalaistamisessa ja sosiaalisessa emansipaatiossa <sup>(Couldron & Curran 2003, 7)</sup>. Heidän mukaansa vaihtoehtomedia on hieman laajempi käsite, ja huomioi myös epäsuorasti valtavirtaa haastavan median ja sellaiset pienimuotoiset tahot jotka eivät välttämättä pyri yhteiskunnalliseen muutokseen. Mielestäni vaihtoehtomedia tai vaihtoehtolehti kävisi synonyymiksi pienlehdelle, mutta käytän kuitenkin pääasiassa pienlehteä, koska se on suomenkielessä vakiintuneempi (esimerkiksi valtio jakaa pienlehtitukea).

Suomenkielessä poliittisesti orientoituneista lehdistä voisi käyttää myös termiä *mielipidelehti*, mutta se on tutkielmani kannalta liian kapea. Mielipidelehdellä tarkoitetaan esimerkiksi poliittisiin järjestöihin sitoutuneita lehtiä, joiden

tarkoitus on pääasiallisesti aatteen esilletuonti. Yhtä hyvin kuitenkin harrastelehti, ammattilehti tai viihdelehti voivat käsitellä valtavirran ulkopuolelle jääviä aiheita tai tuoda esille vähemmän pinnalla olevia näkökulmia tuttuihin aiheisiin. Siksi käytän harkitusti termiä pienlehti.



Ménage à trois: Suomalainen Ménage à trois on esimerkki poliittisesta pornolehdestä. Se on näkökulmaltaan feministinen, queer ja ottaa kantaa pornoteollisuuden eettisiin ongelmiin.

Toisin kuin yleisölehtiä, pienlehtiä usein julkaisee voittoa tavoittelematon yhdistys, eivätkä ne ole pääasiallisesti mainosrahoitteisia. Esimerkiksi Kulttuurivihkoissa Tällöin pienlehtien ei edes tarvitse kilpailla samoilla markkinoilla valtavirtamedian kanssa tai sovittaa juttujen sisältöä mainostajien toiveiden mukaan. Tai toisinpäin: Pienlehtiä ryhdytään tekemään siitä syystä, ettei itseä kiinnostavia aiheita tai näkökulmia käsitellä isoimmissa lehdissä. Jos oman näkökuman esiintuominen on tärkeää, lehteä saatetaan tehdä vaikka talkootyönä tai hyvin pienellä palkalla.

Poliittinen ja kaupallinen eivät kuitenkaan ole toistensa vastakohdat, eikä kaupallinen sinänsä tarkoita epäpoliittista. Se vain usein mielletään epäpoliittiseksi, mutta on ennemminkin olemassa olevia rakenteita ja näkemyksiä tukevaa. Samoin en voi väittää ettei myös epäkaupallinen tai voittoa tavoittelematon voisi olla nykyisiä rakenteita ja näkemyksiä ylläpitävää.

## 2.3 Pienlehtien suhde kaupallisuuteen

Julkaisujen kentällä asetan pienlehdet kaupallisten aikakauslehtien eli *yleisölehtien* ja alakulttuureista ponnistavien omakustanteiden eli *zinejen* väliin. Kuvitteellisen janan toisessa päässä olevilla yleisölehdillä tarkoitetaan niitä julkaisuja, joita usein arkipuheessa kutsutaan aikakauslehdiksi: ammatitoimitusten tekemät, julkaisutoimintaan erikoistuneiden kustannustalojen julkaisemat lehdet, joiden tuloista merkittävä osa tulee mainostajilta (Rantanen 2007, 26–28). Yleisölehdet, joita kutsutaan myös *kuluttajalehdiksi* (Töyry ym. 2008, 28), ovat aina jollakin tavalla tuotteita mediatalojen liiketoiminnassa. Kirjassa *Mistä on hyvät lehdet tehty?* Lasse Rantanen toteaaakin, että ”[a]ikakauslehden journalistinen luonne ja kustantajan liiketoiminta ovat toisilleen symbioottisia. Toinen ei pärjää ilman toista” (Rantanen 2007, 28). Se, kuinka paljon taustalla oleva taloudellinen tuottavuus vaikuttaa lehden sisältöihin vaihtelee. Äärimmäisissä tapauksissa esimerkiksi rahoittavien mainostajien toiveet ohjailevat sisältöä<sup>3</sup>.

Toisessa päässä taas ovat zinet, usein omakustanteiset, taiteellisesti orientoituneet minilehdet. Zineillä harvoin on aikakauslehtimäistä ilmestymistähtia tai rakennetta monine juttutyypeineen ja muine konventioineen. Lehteä voi olla olemassa yksi numero, jota on painettu kymmenen kappaletta. Zinejä harvoin myydään tavallisissa lehtihyllyissä toisin kuin pienlehtiä, mutta zinejä voi löytää nettikauppojen lisäksi erikoistuneista sarjakuva- tai kirjakaupoista ja festivaaleilta. Zine-kulttuurilla ja pienlehdistöllä on yhteistä esimerkiksi se, että kummatkin ovat suuren yleisön ja rahavirtojen ulko-

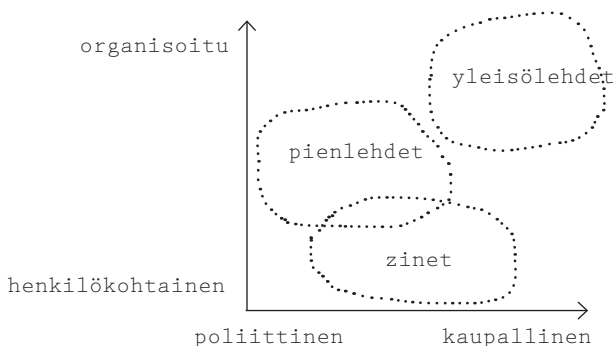
3 Ei ole tiedossa kuinka paljon julkaisijat sopivat juttusisällöistä mainostajien kanssa, mutta esimerkiksi vuonna 2014 paljon puhuttanut naistenlehti Glorian ja kosmetiikkayhtiö L'Orealin sopimus on räikeä esimerkki kaupallisen ääripään mahdollisesta toiminnasta. Sopimuksessa Gloria on sitoutunut mainostamaan yhtiötä myös osassa toimituksen tekemää sisältöä. (Yleisradio)

puolella eikä kumpienkaan tekemisestä yleensä makseta kunnollista palkkaa. Usein zineissä tekijöitä on vielä vähemmän kuin pienlehden toimituksessa, koska zine voi olla kokonaan yhden henkilön tuotos. Kuvaavaa on myös, että käytiin sanoja *tekijä* zinen ja *toimitus* pienlehden kohdalla.

Pienlehdissä voi olla piirteitä kummastakin ääripäästä, mutta ne asettuvat jonnekin näiden välimaastoon. Pienlehdet voivat olla esimerkiksi rakenteeltaan melko samanlaisia kuin yleisölehdet – kuten esimerkiksi Kulttuurivihkot – mutta toisaalta lehden taustalla oleva rahoitus (laajasti käsitetyn konseptin I taso) ja muut resurssit ovat aivan toista luokkaa. Toisaalta sisältö voi olla hyvinkin taiteellisesti orientoitunutta ja kokeellista, mutta taustalla on esimerkiksi selkeä toimitus, jolloin lehti ei kuitenkaan ole selkeästi zine. Esimerkiksi aikaisemmin mainitsemani *Ménage à trois* voisi toisen näkökulman mukaan olla myös zine, mutta tässä tutkielmassa luen sen pienlehdeksi muun muassa siksi että sitä myydään Akateemisen kirjakaupan lehtihyllyssä.

Päivi Hotakka kuvaa pienlehtiä muiden julkaisujen joukossa poliittinen–kaupallinen ja henkilökohtainen–organisoitu -akseleilla <sup>(Hotakka 2005, 10)</sup>. Kaavio on mielestäni hyvä antamaan suuntaa pienlehtien ominaisuuksista, joskaan sanaparit eivät ole itsestäänselvästi toistensa vastakohdat.

Kaavio 2: Pienlehdet mediakentällä.





### 3. Graafikkona pienlehdessä

Tässä luvussa tutkin graafikon työnkuvaa pienlehdessä ja pohdin miten pienlehdelle tunnusomaiset piirteet vaikuttavat siihen. Käytän tapausesimerkkinä Kulttuurivihkoja, jossa työskentelin graafikkona 2011-2013. Peilaan kokemuksiani pienlehdessä työskentelystä julkaisusuunnittelun teoriaan, jossa yleensä painotetaan konseptisuunnittelun ja editoinnin merkitystä.



### 3.1 Kulttuurivihkot

Tein Kulttuurivihkoille ulkoasun uudistuksen ja työskentelin sen graafikkona yhdessä Tuuli Häggmanin kanssa vuosina 2011–2013. Kulttuurivihkot on tyyppillinen pienlehti, joka täyttää neljä pienlehdille ominaista piirrettä: (1) amatööritoimitus, (2) vähävaraisuus, (3) ylhäältä päin tulevan kontrollin vähyys ja (4) valtamedian aukkojen paikkaaminen (ks. pienlehden piirteistä tarkemmin luku 2.1).

Kuudesti vuodessa ilmestyvä Kulttuurivihkot on vasemmistolainen kulttuurilehti, joka keskittyy ruohonjuuritason kulttuurityöhön ja yhteiskunnalliseen aktivismiin. Alunperin 1973 Kulttuurityöntekijöiden Liiton lehdeksi perustettu Kulttuurivihkot on nykyään poliittisesti sitoutumaton Domirola ry:n julkaisema lehti. Kulttuurivihkot on voittoa tuottamaton ja hyvin vähävarainen lehti, mikä näkyy esimerkiksi palkkioiden pienuudessa. Kulttuurivihkojen pääasiallinen rahoitus tulee valtion jakamasta pienlehtitusta ja kestotilauksista. Lehden pääasiallinen lukijakunta onkin kestotilaajat ja irtonumeroita voi ostaa ainoastaan Akateemisesta kirjakaupasta tai sähköisinä näköislehtinä. Kulttuurivihkoilla on myös maksuton verkkolehti, jossa julkaistaan osa jutuista sekä kolumneja ja videohaastatteluita. Kulttuurivihkojen toimitus on pieni, eikä sen taustalla vaikuta julkaisijan tai tuottavuuden paineita. Päätoimittajan lisäksi toimitukseen kuuluu neljä toimitussihteeriä ja graafikko (tai kaksi kuten silloin kun minä ja Tuuli taitoimme lehteä) sekä paljon erilaisia avustajia, joiden merkitys sisällön tuottamisessa on suuri. Kukaan ei tee lehteä täyspäiväisesti: osa on freelancer-toimittajia, osa opiskelijoita tai muiden alojen ammattilaisia.

Aloittaessamme lehden graafikkoina halusimme luoda ulkoasulle selkeät linjaukset sisällön esittämiseen. Silloin käsitin ulkoasun suunnittelun lähinnä yleisölehtien – eli hyvin tarkasti konseptoitujen lehtien – mallien mukaan. Kulttuurivihkojen konsepti on kuitenkin hyvin löyhästi määritelty, mitä emme heti alussa ottaneet huomioon.

Pienlehden ulkoasua ja rakennetta (eli konseptin II tasoa, arkkitehtuuria) on vaikeata yrittää sovittaa kaupallisen aikakauslehden tyyliin, jos lehden konsepti poikkeaa sekä perustasolla että päivittäisen työn tasolla paljon yleisölehti-lehden vastaavista. Mitä enemmän lehden sisältö poikkeaa suunnitellusta sisällöstä, tai mitä vähemmän sisältöä voi ennakoida, sitä enemmän lehden ulkoasun ja rakenteen täytyy olla sovellettavissa.

Tätä suunnitelmien ja toteuttamisen välistä dynamiikkaa kuvaamaan lainaan käsiteparia *järjestys ja jousto* Hannu Pulkkinen väitöskirjasta *Uutisten arkkitehtuuri* (2008). Vaikka Pulkkinen tutkii sanomalehtiä, käsitepari taipuu mielestäni hyvin myös aikakauslehden tekemisen hahmottamiseen. Järjestys kuvaa kaikkia niitä sisällön ja ulkoasun suunnitelmia, jotka on tehty etukäteen lehden tekemisen helpottamiseksi; jousto kuvaa kaikkea sitä soveltamista, jonka avulla aineisto sovitetaan lehden rajattuun tilaan rajatussa ajassa (Pulkkinen 2008, 246). Kuten jokaisessa lehdessä on jonkinlainen konsepti (joka tässä vertautuu järjestykseen), joudutaan jokaisessa lehdessä myös soveltamaan eli joustamaan enemmän tai vähemmän jokaista numeroa toteutettaessa.

Aukeamien pohjalle teimme melko yksinkertaisen gridin, jossa ainoat määritellyt linjat olivat palstajako, marginaalit ja rivirekisteri. Tällaisessa sivun pohjassa on paljon joustamisen varaa, mutta toisaalta esimerkiksi etukäteen määritettyjen vaakalinjojen eli järjestyksen periaatteiden puuttuessa yhtenäisten aukeamien tekeminen vie enemmän aikaa. Myöhemmin meille kehittyi muutamia erilaisia esimerkkitaittoja, joiden mukaan oli nopeampaa taittaa juttuja yhtenäisesti.

Kulttuurivihkojen rakenne noudattelee totuttua aikakauslehden mallia, jossa alussa on lyhyitä ajankohtaisia, keskellä pitkiä ja lopussa taas lyhyempiä juttuja. Kulttuurivihkoissa on myös numerosta toiseen toistuvia palstoja (vakiookolumnit, kirja-, elokuva- ja teatteriarvosteluja) ja jo-

kaisessa numerossa on eri teema kulttuurin tai politiikan alueelta, jota suurin osa artikkeleista käsittelee. Viimeisimpinä teemoja ovat olleet muun muassa tekijänoikeudet, elitismi, Kreikka, mykkäelokuva, vaihtoehtomedia ja kolonialismi.



Teemat ovat yksi selkeimmistä Kulttuurivihkojen numerosta toiseen pysyvistä rakenteista. Vaikka teemaosuuden jutut vaihtelevat määrältä ja pituuksilta, teema kuitenkin määrittää selkeästi jokaista numeroa. Teemapaketin erottaminen muusta lehdestä kirkkaalla värillä helpotti korostamaan tätä järjestystä.

Kuvasuunnittelussa pieni budjetti oli selkein suunnitelmia määrittävä tekijä. Koska Kulttuurivihkoilla on hyvin vähän rahaa käytettävissä palkkioihin, vain osaan jutuista voitiin tilata työ valokuvaajalta tai kuvittajalta – muulloin käytimme kuvapankkien kuvia (esimerkiksi teatteriarvosteluissa) ja toimittajien itse ottamia valokuvia (esimerkiksi joissakin haastatteluissa). Suunnittelukokouksessa sovimme päätoimittajan kanssa mihin saisimme tilata kuvat itse ja mihin käyttäisimme kuvapankkimateriaalia.





Pienissä sääläjutuissa käytimme pikkukuvia, koska ne olivat yleensä kuvapankkien kuvia tai muita, joiden saanti oli esimerkiksi epävarmaa. Viereisellä sivulla myös esimerkki kuvista, joihin emme voineet vaikuttaa, ja yllä valokuvaajilta tilattujen kuvien aukeamista.

Tilatuissa kuvituksissa halusimme kuitenkin antaa kuvittajille ja valokuvaajille hyvin vapaat kädet toteutuksiin. Palkkiot olivat niin pienet, että tuntui reilulta antaa kuvantekijän toteuttaa vapaasti itsensä. Tämä johti siihen, että kuvamateriaalin hallinta ei ollut kunnolla kenenkään käsissä.

[illegible]

Tämä juttu on ”venytetty” suuren aloitusaukeaman, kuvitusten ja nostojen avulla näyttämään pidemmältä.



Toimitus ei aina päättänyt tai suunnitellut erikseen mistä oli tulossa lehden pääjuttu, joten aloimme välillä ehdottaa mistä tehdä sen. Tilasimme siihen itse kuvat ja samalla varsimme sille enemmän tilaa kuin päätoimittajan sivukartassa.

Lehti hahmottui kokonaisuutena vasta taittovaiheessa. Välillä kokonaisuus oli auki aivan painoon laittamiseen asti, koska melkein aina vähintään jokin jutuista tuli taitettavaksemme aivan viime tipassa. Jos myöhässä tullut juttu osoitautui eri mittaiseksi kuin olimme sille varatun sivumäärän perusteella olettaneet, “tiivistimme” tai “pidensimme” niitä samoilla keinoilla, joita käytimme lehden rytmittämiseen. Juttujen myöhästely oli taittotyötä eniten hankaloittava asia, koska kokonaisuutta ei voinut suunnitella ennen kuin kaikki materiaali oli valmiina ja meidän käsissämme. Yllättävissä tilanteissa oli hyödyksi, että meillä oli keinoja joustaa artikkelien taitossa. Aloittaessamme lehdellä emme osanneet varautua näihin ollenkaan, ja jokaisen numeron taittaminen oli todella haastavaa.







Yllä oleva juttu saapui taitettavaksemme vasta tekemisen loppuvaiheessa, kun kaikki muut jutut oli jo taitettu. Jutulle oli varattu neljä sivua, mutta se osoittautui paljon lyhyemmäksi. Jos teksti olisi tullut käsimme aikaisemmin, olisimme voineet ottaa siitä lisätilaa jollekin toiselle jutulle, mutta loppuvaiheessa ei muiden juttujen uudelleentahtamiselle ollut aikaa, joten venytimme ingressin sivun kokoiseksi.

Haastavia taitettavia olivat tekstit, jotka eivät edustaneet mitään juttutyyppiä, tai ainakaan sellaista jota olisi aikaisemmin käytetty Kulttuurivihkoilla. Näitä tuli melko usein. Yllättävien ja epätyypillisten juttutyyppien taitossa yritimme nojata jo lehdessä olevaan järjestykseen ja sulauttaa epätyypilliset jutut taitotyyliemme mukaisiksi. Näin kokonaisuus ehkä pysyy yhtenäisempänä, mutta toisaalta poikkeaville juttutyypeille olisi voinut olla eduksi tulla taitetuksi poikkeavalla formaatilla. Välillä tuntui, että tällaisissa tilanteissa sekä sisältö että ulkoasu joutuivat joustamaan, mutta lopputulos ei silti ollut paras mahdollinen.



Esimerkiksi yllä oleva aukeaman juttu on kolmen ihmisen erillistä sähköpostihaastattelusta saman otsikon alle koottu kokonaisuus.





Myös tämä on esimerkki poikkeuksellisesta juttutyypistä: kahdesta jutusta ja pienestä alkutekstistä koostuva elokuvafestivvalin katsaus. Tämä oli ensimmäisiä taittamiamme numeoita eikä meillä ollut keinoja erikoistilanteisiin.

Mitä enemmän otimme ohjat käsiimme juttujen järjestyksen ja niiden sivumäärien suhteen, sitä helpommaksi työ kävi. Aloittaessamme Kulttuurivihkoilla emme heti uskaltaneet vaikuttaa päätoimittajan sivusuunnitelmaan merkittävästi, mutta mitä pidempään olimme olleet mukana, sitä reilum- malla kädellä ehdotimme omia järjestyksiä ja sivumuutoksia. Järjestelyllä pystyimme myös tasapainottamaan kuvien epäta- saista laatua, niin että huonolaatuisimpia käytimme pieninä tai pudotimme pois, jotta vastaavasti saimme tilaa käyttää hyviä kuvia mahdollisimman suurina.

### 3.2 Kuka editoi?

Kuten edellä olevista esimerkeistä käy ilmi, Kulttuurivihkoil- la vaikutimme paljon lehden numerokohtaisiin rakenteisiin. Järjestelimme juttuja lehden sisällä ja muutimme niiden hierarkioita. Valtamedian tarkasti konseptoiduissa lehdissä

tämä työ kuuluu yleensä *editoijalle*, jonka tehtävänä on numeroiden laadun varmistaminen ja konseptin toteutumisen valvominen (Töyry ym. 2008, 14).

Editoinnilla Töyry (ym.) tarkoittaa “keinoja, joilla lehden journalistinen sisältö tarjotaan lukijoille mahdollisimman kiinnostavassa muodossa” (Töyry ym. 2008, 14). Kulttuurivihkoilla toki myös toimittajat tekivät editointia, mutta editoinnilla tarkoitettiin lähinnä tekstin editointia. Käytännössä se oli tekstin muokkaamista ja huolittelua sen jälkeen kun teksti oli tullut kirjoittajalta, ennen kuin se tuli taitettavaksemme. Päätoimittaja ideoi alustavasti tulevia numeroita, samoin numeron suunnittelukokouksessa koko toimitus (myös graafikko) ideoi juttuaiheita, joista haluttaisiin kirjoittaa, keitä voisi haastatella ja mihin juttuihin voisi tilata kuvia. Samassa kokouksessa toimitus jakoi juttujen editointitehtävät eri aihealueista vastaavien toimitussihteerien kesken. Töyryn mukaan yleisölehtien työkulttuurissa editoinnin merkitystä ja roolia painotetaan koko ajan enemmän ja niin sanotussa *suunnittelevassa ja editoivassa työtavassa* editointia tehdään läpi numeron tekemisen ja siihen sisältyy koko yleiskuvan hallinta, ei ainoastaan tekstien huoltaminen (Töyry ym. 2008, 20). Hänen mukaansa ammattimaisen editoinnin toimituksissa panostetaan juttujen ennakkosuunnitteluun ja editoija kommunikoi toimittajien ja graafikoiden kanssa koko lehden tekovaiheen ajan, jolloin editoijalla/editoijilla on yleiskuva syntyvästä lehdestä.

Kulttuurivihkoilla tällaista työtapaa olisi haastavaa toteuttaa jo siksi, ettei lehteä tehdä yksissä tiloissa eikä päätoimisesti, vaan kukin työskentelee tahoillaan ja mekin teimme taittotyön muualla kuin toimituksen tiloissa. Kommunikointi sähköpostin välityksellä on työläämpää ja hitaampaa, joten yksityiskohtien kommentointi ja kysely jäivät ainakin Kulttuurivihkojen toimituksessa vähäisiksi.

Edellisen luvun esimerkeissä toistuu, että Kulttuurivihkoilla juttujen tarkka suunnittelu etukäteen oli hyvin

haastavaa. Tämä johtuu esimerkiksi siitä, että avustajien varassa pyörivä toimitus ei voinut olla koskaan aivan varma mitkä jutut toteutuisivat ja millaisia juttuja lehteen kulloinkin tarjottaisiin. Lisäksi, koska Kulttuurivihkojen konsepti on löyhä, ei voinut olla aivan varma minkä tyylinen tilattu juttu tulisi olemaan. Tästä epävarmuudesta johtuen lehden kokonaisuuden pystyi hahmottamaan vasta aivan taittovaiheessa, jolloin tehtävissä oleva editointikin painottui ajallisesti lehden tekemisen loppupäähän. Töyry kutsuu tällaista työtapaa *galleriamaiseksi editointityyliksi* (Töyry ym. 2008, 20), koska siinä editoijan tehtävänä on järjestää saatu materiaali lehteen, eli rakentaa kokonaisuus tarjolla olevista palasista.

Galleriamaisessa työtavassa – jollaista Kulttuurivihkotkin toteutti – on omat haasteensa. Suurin on mielestäni se, että kokonaisuuden hallinta tehdään ajallisesti vasta numeron tekemisen loppumetreillä, toisin kuin suunnittelua ja kokonaisvaltaista editointia painottavissa lehdissä. Se, että kokonaisuus on pitkään epävarma voi olla hyvin stressaavaa, jos ei hallitse joustamisen keinoja eli sopeutumista taitossa tuleviin yllätyksiin. Galleriamaisen työtavan ongelmaksi voidaan nähdä myös se, ettei se ole yhtä tehokasta kuin suunnitteluun ja varmuuteen perustuva työtapana. *Editointi aikakauslehdessä* -kirjan mukaan suunnitteleva työtapana tulee yhä enenevässä määrin yleisölehtiin siksi, että “toimituksen ammattilaisista halutaan enemmän irti. Suunnitteleva editointikulttuuri tehostaa toimituksen työtä” (Töyry ym. 2008, 23). Tehokkuudesta olisi hyötyä pienlehdillekin, joiden ajalliset (mm. sivutoiminen työ, palkaton työ) ja rahalliset resurssit (mm. kuvaajille maksettavat palkkiot) ovat pienet. Olisiko työtavan muutos kohti suunnittelevaa, ammattitoimituksissa yleistä työtapaa hyödyksi pienlehdissä?

### 3.3 Amatööri–ammattilainen-asetelma

Kuten aikaisemmin totesin, tunnusomaista pienlehdille on, että ne paikkaavat jotain valtamediassa olevaa aukkoa (ks. luku 2.1). Pienlehtiä julkaiseekin usein jokin marginaalissa

oleva ryhmä, jonka näkökulma jää valtamediassa huomioimatta, tai joka haluaa esimerkiksi esittää itsensä eri tavoin kuin valtamedian heidät esittää. Sekä Päivi Hotakka että Nick Couldron ja James Curran kirjoittavat pienmediaa käsittelevissä tutkimuksissaan, että erilaisille yhteiskunnan marginaalissa oleville yhteisöille oman median olemassaolo ja itsensä esittäminen sen kautta on tärkeää yhteisön voimistumisen ja merkityksellistämisen kannalta (Hotakka 2008, 28; Couldron & Curran 2003, 4-5). Tähän perustuen ei ole yksiselitteistä, että pienlehteä tekevän yhteisön kannalta parhaat esittämisen tavat olisivat välttämättä ne, joita käytetään valtavirtamedian julkaisuissa. Onko ylipäätään hyväksi, jos esimerkiksi graafikko yrittää järkeistää lehden tekemistä valtavirrasta otettujen mallien mukaan, jos hän siinä samalla pyrkii muuttamaan toimituksen tapaa tuottaa sisältöä? Tätä mietin Kulttuurivihkoissa esimerkiksi liittyen siihen että aloimme painottaa ja rakentaa sisällön hierarkioita ja rytmiä yleisölehdistä totutun kaavan mukaan. Kulttuurivihkot tosin pyrkiikin olemaan melko yleisölehtimäinen, mutta ei silti ole sen välittämän sisällön kannalta lainkaan tarpeellista, että jokin palsta toistuu samanmittaisena joka numerossa.

Päivi Hotakka on sillä kannalla, että pienmedian valtavirrasta poikkeavat tekemisen ja esittämisen tavat ovat itsessään arvokkaita ja “jos pienmedian tekijät kovasti ihailevat ammattimaaisia medioita ja pyrkivät kopioimaan niitä mahdollisimman tarkkaan, jolloin omat, erilaiset tyylit katoavat”. Toisaalta hänen mukaansa “itse tuotetun julkisuuden ongelma voi olla heikko laatu, mikäli riittävän hyviä teknisiä laitteita ei ole saatavilla tai niitä ei osata käyttää”. (Hotakka 2008, 33)

Ammattitaitoisuuden ja amatööriämäsyuden välinen problematiikka on kiinnostavaa pienlehdistön näkökulmasta. Pienlehdissä toimitukset koostuvat lähinnä amatööreistä, mutta jossa toisaalta saatetaan käsitellä hyvinkin erikoistuneita aiheita. Risto Kuneliuksen mukaan vahva usko

asiantuntija-ammattilaisuuden voimaan, *professionalismi*, on syntynyt kehitysuskoisen, modernisoituvan yhteiskunta-teorian myötä edellisen vuosisadan vaihteessa (Kunelius 1998, 207–208). Artikkelissa *Modernin myyntitykit. Journalistisen professionaaliuden pulmat ja haasteet* hän avaa näkemyksiä sekä professionalismien puolesta että vastaan. Karkeasti jaotellen ne, jotka uskovat asiantuntija-ammattilaisuuden voimaan, ovat sitä mieltä että erikoistuneiden asiantuntijoiden tieto ja taito palvelevat yhteiskunnan yleistä hyvää, kun taas professionalimien kriitikot sanovat sen johtavan harvainvaltaan ja elitismiin, jossa erikoistuneet asiantuntijat – hyväinkin tarkoittavat – ovat kapeakatseisia ja etäänntyneet “tavallisista ihmisistä” ja evätkä siksi pysty ajamaan yhteistä hyvää (Kunelius 1998, 208–209). Kuneluiksen kuvailemat ääripäävät tietysti mustavalkoisia, mutta ammattitaitoisuuden hyödyn kyseenalaistaminen on yksi lähtökohta esimerkiksi pienlehtigraafikon roolin pohtimiseen.

Hotakka muistuttaa, että pienlehdillä ei ole samantaisia kaupallisia paineita kuin yleisölehdillä, joten niiden ei välttämättä tarvitse noudattaa samoja kaavoja kuin markkinoille suunniteltujen yleisölehtien. Yleisölehtien kaavoista ja konventioista poikkeaminen ei aina ole tietoinen ratkaisu, vaan toisinaan vain seurausta siitä etteivät tekijät ole ammattilaisia (Hotakka 2005, 25–26). Erilaisuus on mielestäni arvokasta jo itsessään, joten tietyn kaavan mukaan toiminen – esimerkiksi totutun lehtirakenteen noudattaminen – ei ole välttämättä tavoiteltavaa jos ei ole “pakko” Eihän yleisölehdissäkään ole pakko, mutta niissä markkinoilla menestymisen määrittää tekemistä enemmän kuin pienlehdissä.

Skeittilehti Hai Jump on julkaisu, jonka vahvuus on mielestäni nimenomaan siinä, se että se on toteutettu ammattimaisista työtavoista välittämättä ja niitä osaamatta. Sivut askarrellaan saksien ja liimapuikon avulla, skannataan ja valmis lehti painetaan mustavalkoisena. Hai Jumpin päätoimittaja Paavo Järvelin kertoo haastattelussa, että askarte-

leminen on valinta, joka tehtiin muun muassa siksi ettei kukaan toimituksesta ei osannut käyttää taitto-ohjelmia. Hänen mukaansa askartelu itsessään on kuitenkin myös oleellinen osa tekemisen hauskuutta ja oman lehden pyörittämiestä hän toteaa että “se ei ole pelkästään helppoa, vaan myös hauskaa kun itse voi päättää kaikesta.” (Bassomedia 2013) Hai Jump ei tuota voittoa, vaan myntituloilla painokustannukset saadaan juuri ja juuri katettua, mutta painokset ovat loppuunmyytyjä.



Hai Jump

“Pienmedioiden tekijöitä pitäisikin ehkä rohkaista käyttämään omaa kekseliäisyyttään – sen sijaan, että yhteiskunta nostaa jalustalle ainoastaan tietyllä tavalla tehdyt ammattimaiset mediat.” (Hotakka 2008, 33)



## 4. Loppupäätelmät

#### 4.1 Yhteenveto

Pienlehdet muodostavat suuren ja epätarkkarajaisen joukon johonkin kaupallisen valtavirtalehdistön ja taiteellisesti orientoituneen omakustanteisen lehdistön eli zinejen välille. Vaikka yksittäisillä pienlehdillä voi olla näennäisesti hyvin vähän yhteistä keskenään, niitä yhdistävät tietyt piirteet. Pienlehdet ovat usein voittoa tavoittelemattomia, pienellä budjetilla tai talkootyöllä tehtäviä julkaisuja. Niiden toimitus koostuu usein sivutyönään lehteä tekevästä amatööreistä, eikä lehden taustalla ole suurta organisaatiota tai mediataloa. Näistä johtuen pienlehden tekeminen on erilaista kuin valtavirtalehtien, joiden toiminnan perustana ovat hyvin erilaiset rahalliset, ajalliset ja taidolliset resurssit. Yksi keskeisimmistä eroista on, että pienlehtiä konseptoidaan löyhemmin kuin yleisölehtiä, mikä tarkoittaa sitä että pienlehdissä toimintatapoja, tavoitteita ja lehden sisällön linjauksia ei ole määritelty erityisen tarkasti.

Konseptin löyhyys vaikuttaa suoraan siihen, että ulkoasun suunnittelussa kannattaa ottaa hieman erilaisia asioita huomioon kuin tarkasti konseptoidun lehden – jollaisia yleisölehdet tyypillisesti ovat – ulkoasua suunnitellessa. Pienlehdissä sisältö voi olla hyvinkin yllätyksellistä ja vaihtelevaa eri numeroiden välillä, jolloin on tarpeellista varautua sisällön suureen vaihteluun eri numeroiden välillä tai sisällön vaihteluun suhteessa suunniteltuun sisältöön. Kun valtamedian lehdissä keskitytään konseptiin ja sivupohjiin istuvien juttujen suunnitteluun ja toteuttamiseen, pienlehdissä olennaisempaa on ulkoasun mahdollisimman suuri joustaminen, jotta kaikenlaiset poikkeamat ja yksittäiset erikoisuudet olisi mahdollisimman helppo taittaa mukaan. Varautumalla yllätyksiin ja suunnitelmalla sivupohjiin mahdollisimman paljon joustamisen varaa, voi kompensoida sitä, että lehden kokonaiskuvaa taas on vaikeata suunnitella etukäteen. Kulttuurivihkoja taittaessa minulla kesti kauan ymmärtää, että konseptointia ja tarkkaa suunnittelua olennaisempaa

saattaakin olla valmius ja keinot yllätysten hyödyntämiseen.

Pienlehden pienissä toimituksissa roolit ja työprosessit voivat vaihdella suuresti ammattitoimitusten työtavoista. Pienlehden graafikolla voi esimerkiksi olla myös merkittävä editoijan – silloin kun editoinnilla tarkoitetaan muutakin kuin tekstin käsittelyä – ja kokonaisuuden hallitsijan rooli. Pienlehdissä toteutetaan yleensä niin kutsuttua galleriamaista editointitapaa, jossa kokonaisuus rakennetaan tarjolla olevista palasista sen sijaan, että se suunniteltaisiin tarkasti etukäteen. Myös Kulttuurivihkot kasattiin näin, koska se on pitkälti riippuvainen siitä millaista materiaalia avustajat kulloinkin tarjoavat tai pystyvät tekemään. Numeroita kyllä suunnitellaan etukäteen, mutta lopullinen kokonaisuus hahmottuu vasta taittovaiheessa ja kaikkien materiaalien tultua toimitukselle ja graafikon käsiin.

Pieni budjetti ja toimituksen voimavarat rajoittavat tekemistä ehkä toimintaa, mutta toisaalta pienlehdessä tekeminen ei ole ylhäältä päin kontrolloitua – sisältöä ja ulkoasua ei tarvitse tehdä esimerkiksi mainostajia havitellen – eikä pienlehti ole samalla tavalla julkaisijan liiketoiminnan tuote kuin yleisölehdet ovat, mikä tekee pienlehdistöstä eri tavalla vapaan median suhteessa yleisölehtiin. Koska pienlehtien ei tarvitse kilpailla aivan samoilla markkinoilla kuin yleisölehtien, pienlehdistön vahvuus onkin siinä, että sisällön ei tarvitse noudattaa totuttuja esittämisen tapoja tai käsitellä totuttuja aiheita. Samoin pienlehden ulkoasun ei välttämättä tarvitse noudattaa samoja rakenteita kuin yleisölehtien, varsinkaan jos sen sisältökään ei noudata tällaisia rakenteita. Vaikka totuttuja esittämisen tapoja ja tiettyjä sisällön tuottamisen tapoja perustellaan selkeydellä ja tehokkuudella, mielestäni erilaisuus, moniäänisyys ja esittämisen tapojen moninaisuus ovat rikkaus itsessään. Pienlehtien epätehokkaat työtavat tai juttutyypilokeroiden ulkopuolella olevat juttutyypit eivät mielestäni ole automaattisesti graafisen suunnittelijan työn rasite, vaan vaativat erilaisen lähestymis-

tavan työhän ja erilaisia taittamisen keinoja, kuin mitä ehkä yleisölehden toimituksessa käytetään.

#### 4.2 Arviointia

Koska tutkielmani ei sisällä määrällistä tutkimusta, vaan keskityin analysoimaan Kulttuurivihkoja tapausesimerkkinäni, lopputulokseni eivät tietenkään kuvaa koko pienlehtien joukkoa eikä tarkoita, että samat toimintamallit samoine haasteineen ja mahdollisuuksineen tulisivat vastaan kaikissa pienlehdissä. Syventymällä yhteen lehteen tarkoitukseni olikin luoda yksi kuva siitä, millaista graafikon työ pienlehdessä voi olla. Peilaamalla tätä kuvaa julkaisusuunnittelun ja pienlehdistää käsitteleviin teksteihin voi kuitenkin saada jo suuntaviivoja siihen, millaista graafikon työ pienlehdessä on esimerkiksi suhteessa kaupallisen aikakauslehden graafikon työhön.

Haukkasin melko suuren palan tutkiessani sekä pienlehtien olemusta ylipäätään sekä tarkemmin pienlehden taittoon liittyviä yksityiskohtia. Kuten sanottu, pienlehdistä ei ole kirjoitettu laajasti, joten mielestäni oli välttämätöntä perehtyä ensin pienlehdistöön ja hahmottaa niiden tekemisen konteksti, ennen kuin voin analysoida itse tekemistä eli tässä tapauksessa taittamista. Kirjoittaessa huomasin koko ajan selkeämmin kuinka laaja aihe pelkästään pienlehdistön toimituksen työtavat ovat, ja kuinka paljon siihen liittyy asioita joita haluaisin tutkia syvemmin. Jouduin jättämään paljon asioita kirjoitukseni ulkopuolelle, mutta ehkä syvenyn niihin tulevaisuudessa. Esimerkiksi ammattitaidon ja amatööriyden kysymykset sekä siihen liittyvä tiettyjen työtapojen omaksuminen ja työkalujen hallinta olisivat kiinnostavia jatkotutkimusaiheita. Myös pienlehtiä tutkiessani esiin tullut – usein amatöörimäisyyteen ja harrastelijamaisuuteen liittyvä – epätehokas, tuottamaton tai tekemisen itsensä vuoksi tekeminen kiinnostavat minua erittäin paljon.

Tämän tutkielman kirjoittaminen oli minulle hedelmällistä. Oivalsin joitakin asioita kirjoittamisesta itsestään ja hahmotin paremmin Kulttuurivihkoilla oppimiani asioita lehden taittamisesta, joita en muuten olisi tullut sanallistaneeksi.

# Lähteet

## Kirjalliset lähteet

Couldron, Nick & Curran, James 2003. *Contesting Media Power. Alternative Media in a Networked World*. Roman & Littlefield Publishers, Lanham.

Hotakka, Päivi 2005. *Ponikavereita ja muita sisäpiirin juttuja. Vaatimaton pienlehti luo pohjaa yhteisöllisyydelle*. Tampereen yliopisto, Tampere.

Kunelius, Risto 1998. Artikkelit *Modernin myyntitykit. Journalistisen professionaalisuuden pulmat ja haasteet kirjassa Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. 207–229. Toim. Kivikiuru, Ullamaija & Kunelius, Risto. WSOY, Helsinki.

Pulkkinen, Hannu 2008. *Uutisten arkkitehtuuri. Sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto*. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.

Rantanen, Lasse 2007. *Mistä on hyvät lehdet tehty? Visuaalisen journalismin keittokirja*. Hill and Knowlton Finland, Helsinki.

Töyry, Maija & Rätty, Panu & Kuisma, Kristiina (toim.) 2008. *Editointi aikakauslehdessä*. Taideteollinen korkeakoulu, Helsinki.

## Internetlähteet

Basso Media 2013. *Käden lahja: Päätoimittaja Pentti Järvelin*. Minidokumentti Hai Jump lehden päätoimittaja Pentti Järvelinistä. <http://vimeo.com/65070841>  
(Katsottu 1.10.2014)

Kulttuurivikot. *Mikä Kulttuurivihkot?*  
<http://kulttuurivihkot.fi/lehti/96-esittely/e1/46-kulttuurivihkot> (Luettu 23.9.2014)

Sivistyssanakirja. *Konsepti*. <http://www.suomisanakirja.fi/konsepti> (Luettu 1.10.2014)

Yleisradio 2014. *L'Oréalin pikki kirjurit*. Sanna Ukkolan blogiteksti 8.9.2014. [yle.fi/uutiset/sanna\\_ukkola\\_lorealin\\_pikku\\_kirjurit/7458287](http://yle.fi/uutiset/sanna_ukkola_lorealin_pikku_kirjurit/7458287) (Luettu 19.9.2014)

Yleisradio. Mediakompassi. *Pienen lehden voimaa*.  
<http://yle.fi/vintti/yle.fi/mediakompassi/mediakompassi/aikuiset/mediailmiot/pienen-lehden-voimaa.htm>  
(Luettu 16.9.2014)





